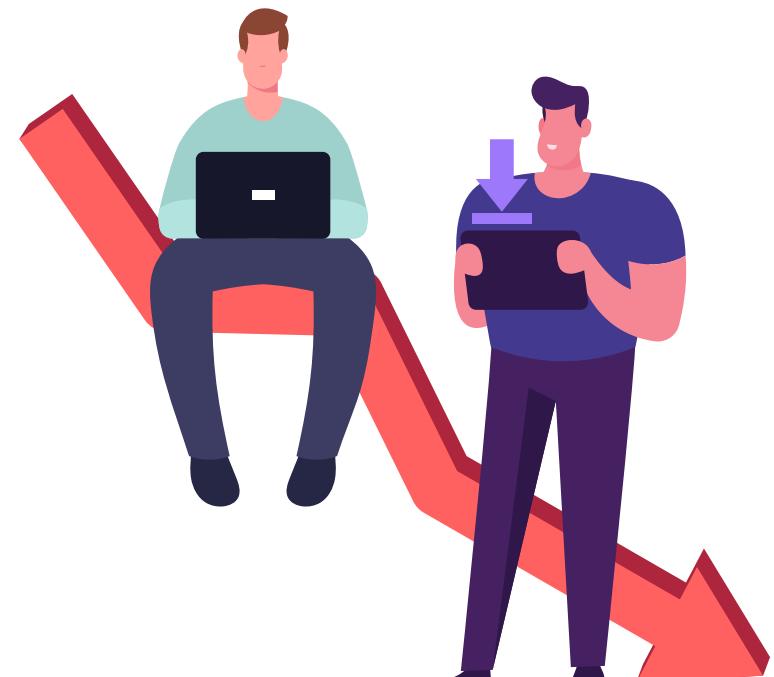
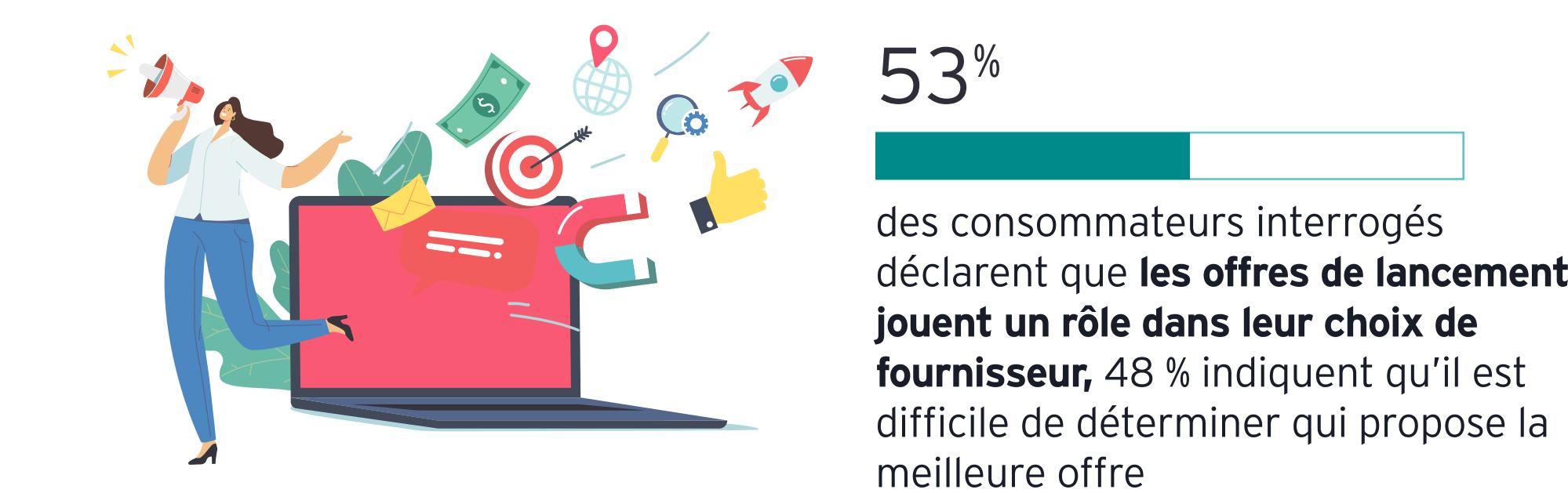


Baromètre de la consommation numérique

Près d'un Français sur trois envisage d'arbitrer ses abonnements aux plateformes de streaming

Après l'explosion de la consommation numérique établie pendant la crise sanitaire, les consommateurs se replient sur les besoins en connectivité et en contenu en établissant des priorités. EY a interrogé plus de 2 500 ménages français pour analyser les attitudes des consommateurs à l'égard de la technologie, des médias et des télécoms.



23% sont prêts à réduire le nombre d'appareils connectés dans leur foyer



des personnes interrogées âgées de moins de 25 ans pensent souvent à l'impact négatif de l'utilisation d'Internet sur leur bien-être, et 50 % des personnes âgées de 25 à 35 ans sont très inquiètes de ce qu'elles peuvent rencontrer en ligne

Méthodologie

Étude annuelle via une enquête en ligne menée auprès de plus de 20 000 ménages parmi lesquels 2 500 français dans huit pays (Canada, Allemagne, Italie, Espagne, Suède, Royaume-Uni et États-Unis). L'enquête de cette année a été menée en février 2022.